

Le marché de masse est à la traîne, vive le marché de niches

Par Alix Christophe - Libération : jeudi 14 juin 2007

Formalisée pour la première fois il y a presque trois ans, la *long tail* ou «longue traîne» en français est la théorie à la mode de la nouvelle économie numérique. Elle a été inventée par Chris Anderson, directeur de *Wired*, le magazine californien de référence sur les nouvelles technologies. Devenu un classique des *business schools* de Stanford et de Harvard, elle s'attaque à des secteurs d'activité très en vue : la musique, les médias, l'édition, etc. Et si ce «*modèle mathématique autant que métaphorique*», comme le dit son créateur, ne se vérifie pas tout le temps, il reste fécond pour comprendre le monde dans lequel nous entrons. Que dit cette «longue traîne» matérialisée par une courbe sans fin ? Que la société de consommation standardisée, fordiste et verticale du XXe siècle est définitivement morte avec l'avènement de l'ère des réseaux. Autrement dit que dans l'univers d'abondance d'Internet l'avenir n'est plus aux marchés de masse mais à une très grande masse de niches. Des exemples ? Dans la publicité, Google gagne beaucoup plus d'argent en exposant des dizaines de milliers de petits annonceurs à des micro-audiences qualifiées plutôt qu'en se concentrant sur les gros annonceurs de l'automobile ou de la beauté comme TF1 ou la presse magazine. Dans le commerce, eBay, qui a aboli les contraintes de géographie et de taille, se consacre à un marché de «longue traîne» de milliards d'objets d'occasion qui trouvent une nouvelle vie sur ses rayonnages virtuels illimités. Mais c'est dans la mutation des industries culturelles et la remise en cause du star-system que l'auteur voit les changements les plus profonds. Alors que le commerce traditionnel fonctionne sur la règle des 80/20 (20 % des produits génèrent 80 % du chiffre d'affaires) et cherche pour des raisons évidentes de coût de stockage et de rareté de l'espace à concentrer ses ventes sur le haut du catalogue, le commerce en ligne permet également de donner sa chance à des millions de titres de niche qui ne plaisent certes pas à tout le monde mais beaucoup à quelques-uns ! Chris Anderson ne dit pas que les hits disparaîtront mais que leur part relative diminuera dans le total des ventes. Parmi les 50 albums les plus vendus de tous les temps, écrit-il, la plupart date des années 70 et 80. Plus fragmentée dans ses choix, la nouvelle génération née avec le numérique baigne dans une infinité d'univers culturels et mélange le «mainstream» avec le branché, le rétro avec l'underground, comme en témoigne l'engouement des jeunes Californiens pour les mangas originaux 100 % japonais. Les marchés de demain appartiennent à ceux qui sauront tirer profit de ce phénomène, prédit cet ouvrage, brillant et visionnaire à la Rifkin, au risque de se tromper.

La Longue Traîne, de Chris Anderson, éd. Village Mondial, 280pp., 25 euros.

http://www.liberation.fr/actualite/economie_terre/261111.FR.php

© Libération